

*МЕДИАТИЗАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРЫ (ОПЫТ АБХАЗИИ)***Г.А. АМКУАБ**

*Абхазский государственный университет,
354000, Республика Абхазия, г. Сухум, Университетская 1,
e-mail: absu l@mail.ru*

Статья посвящена осмыслению проблемы медиатизации этнокультуры (на примере Абхазии). Автор показывает, что надежды на интеграцию культур, на формирование единого планетарного «суперэтноса» – весьма проблематичны. В глобализирующемся мире многие массмедиа сознательно выбирают национально ориентированную информационную политику, с целью сохранения этнической идентичности.

Ключевые слова: глобализация, массмедиа, этническая культура, «общество спектакля».

В современном мире идет радикальный пересмотр системы ценностей, который зачастую сопровождается межнациональными конфликтами, войнами, локальными столкновениями. Под влиянием глобализации массмедиа наблюдается расшатывание идентичности этноса, утрата индивидом ощущения сопричастности к собственной истории, традициям народа. В этих условиях особую значимость приобретает проблема сохранения культурного наследия этноса, этнической идентичности народов. Средства массовой информации играют огромную роль в формировании этнической культуры. Интернет и новые средства коммуникации могут способствовать сохранению этноса, а также культивированию исторической памяти народа, его традиций и обычаев. Поэтому исследование СМИ разных лет, анализа способов выражения в них этнической культуры позволит восстановить «портрет» этноса, сделать его более полным и целостным [2].

Этническая культура пронизывает все социальные сферы, но выразителем национальных культурных ценностей выступает в первую очередь литература, которую можно широко транслировать через медиа. Примером может служить организованная в 2018 году трансляция по абхазскому радио глав романа Б. Шинкуба «Последний из ушедших». От того, насколько полно представлена этнокультура в средствах массовой информации, во многом зависит уровень

национального и исторического самосознания народа. Абхазские журналы «Алашара», «Апсны аказара», «Амцабз», «Апсынтыла сара стыла» регулярно публикуют материалы, в той или иной степени выражающие проблемы национальной культуры Абхазии. Публикации в абхазских журналах направлены на формирование национальной идентичности. Однако подобная тенденция несколько выбивается из привычных журналистских материалов, которые акцентируют событийную сторону вопроса и ограничиваются лишь констатацией происходящего.

Для осмысления ситуации, складывающейся сегодня вокруг концепции абхазских СМИ, весьма актуальны, идеи французского философа, футуролога Ги Дебора, представленные в книге «Общество спектакля» [1]. Ги Дебор обстоятельно описал процессы «омедиативизирования» человека. Он констатирует, что во Франции (как, впрочем, и вообще в западноевропейских странах) СМИ не информируют о том, что действительно происходит в окружающем человека мире, но заняты постановкой увлекательных спектаклей, весьма далеких по своему содержанию от реального положения дел. Причем для постановки такого рода спектаклей используется язык мифов. В результате общество подчиняется образам, которые ей поставляют СМИ, «растворяется» в них, и именно в них отыскивает то, в чем нуждается. Так возникает «общество спектакля», в котором средства массовой информации в действительности оказываются средствами массовой дезинформации. В этом обществе никакой реальности не существует – она надежно скрыта благодаря усилиям СМИ. И задача СМИ – длить этот спектакль. Освободиться от их влияния можно, согласно Дебору, только в случае «революции сознания».

Концепция Ги Дебора вполне сохраняет актуальность для описания трансформационных процессов, происходящих в сфере СМИ в современной Абхазии. Но здесь ситуация иная, нежели во Франции 1950–1960-х годов. Абхазский этнос немногочисленный. Родственные связи пронизывают абхазское общество и по вертикали и по горизонтали. Можно сказать, не слишком преувеличивая, что в Абхазии все знают всех и обо всем. Поэтому

здесь практически невозможна прямая дезинформация, по крайней мере, о внутренних событиях страны. Именно поэтому наибольшую опасность для Абхазии представляет сегодня описанная Ги Дебором «медиазация» аудитории в форме «спектакля». Направленность информации, заданная политическими интересами отдельных небольших групп населения или интересами экономических структур, все чаще приобретает в Абхазии форму театрализации. В таком случае, целью СМИ становится не информирование аудитории о реальных, происходящих в мире событиях, а развлечение потребителя. Такого рода стилистика работы СМИ, как справедливо подчеркивает российский культуролог А.Ю. Оккерт, характеризуется доступностью, синкретизмом и привлекательностью, при этом существенно упрощается восприятие аудиторией не только новостной, но и любой другой информации [3].

Понятно, что использование такого стиля преподнесения информации повышает конвертируемость и рентабельность продукции СМИ. При этом «на плечах» привлекательной формы в потребителя буквально «входит» любая информация, причем такой процесс происходит с удовольствием! Однако при таком – популистском по своей сути – подходе может понизиться качество передаваемой информации, произойдет ее примитивизация. Эта форма подачи информации если и не лишает человека возможности рационально выбрать свою позицию, то, во всяком случае, сильно сужает сферу такого выбора.

Вот почему «новые» технологии подачи информации имеют манипулятивную природу. И это их свойство необходимо учитывать современным СМИ (и особенно в Абхазии). В этой ситуации наряду с формированием мировоззренческих установок, способных ответить на вызов времени, необходимо привлекать к ответственности журналистов за фальсификацию информации. Как справедливо считает М.И. Савинцева, этическая сторона деятельности СМИ никогда не была «коньком» советской журналистики, а в 2000-е гг. с бурным ростом новых СМИ и мощным информационным потоком в Интернете журналистика постсоветского

пространства и вовсе оказалась на последнем месте среди регулирующих факторов массмедийной сферы [4].

Заметим, однако, что попытки законодательно бороться с этим явлением отнюдь не дают желаемого результата. И как показывает опыт Абхазии, противостояние может обеспечить лишь консолидированная реакция аудитории, опирающаяся на традиционные культурные ценности. Тем более что личные контакты внутри абхазского этноса приобретают сегодня массовый характер благодаря распространению новых коммуникационных технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дебор Г. Общество спектакля / Пер с франц. С. Офертаса, М. Якубович. М.: Логос, 2000.
2. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПБ, 2010.
3. Оккерт А.Ю. Развлекательность и гедонизм в современных СМИ // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире. Материалы международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2010.
4. Савинцева М.И. Нормы этики и права как основа регулирования СМИ // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире. Материалы международной научно-практической конференции. М.: МГУ, 2010.

REFERENCES:

1. Debor G. Obshchestvo spektaklya / Per s frants. S. Ofertasa, M. Yakubovich. M.: Logos, 2000/
2. Lotman YU.M. Semiosfera. SPb.: Iskusstvo-SPB, 2010.
3. Okkert A.YU. Razvlekatel'nost' i gedonizm v sovremennykh SMI // Zhurnalistika v 2009 godu: transformatsiya sistem SMI v sovremennom mire. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. M.: MGU, 2010.

4. Savintseva M.I. Normy etiki i prava kak osnova regulirovaniya SMI // Zhurnalistika v 2009 godu: transformatsiya sistem SMI v sovremennom mire. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. M.:MGU, 2010.

MEDIATIZATION OF ETHNOCULTURE (EXPERIENCE OF ABKHAZIA)

G.A. AMKUAB

*Abkhazian state University,
1, University, Sukhum, Republic of Abkhazia, 354000,
e-mail: absu l@mail.ru*

The article is devoted to the understanding of the problem of mediatization of ethnoculture (on the example of Abkhazia). The author shows that the hopes for the integration of cultures, for the formation of a single planetary «superethnos» □ are very problematic. In a globalizing world, many mass media consciously choose a nationally oriented information policy, with the aim of preserving ethnic identity.

Key words: globalization, mass media, ethnic culture, «The Society of the Spectacle»